smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - **M**OTIVANTE - **A**GILE - **R**INNOVATA - **T**RASVERSALE

Corsi in modalità online

- INVERNO/PRIMAVERA 2022 -

EBT

Ente Bilaterale Turismo
della provincia di Venezia

ebt.ve.it

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

Corsi in modalità online

- INVERNO/PRIMAVERA 2022 -

Due le novità di questa nuova proposta formativa:

1

PER OGNI CORSO VERRANNO EVIDENZIATE
LE COMPETENZE DEL RELATORE
CON LA DICITURA

Chi è l'esperto?

2

GLI ISCRITTI IN LISTA D'ATTESA
AI CORSI CHE PREVEDONO UN LIMITE
MASSIMO DI PARTECIPANTI PER MOTIVI
DIDATTICO-ORGANIZZATIVI
POTRANNO COMUNQUE SEGUIRE
LE LEZIONI ONLINE
IN QUALITÀ DI **UDITORI**.

CGIL FILCAMS · CISL FISASCAT · UILTuCS · aepe associazione esercenti pubblici esercizi Venezia

Associazione Veneziana Albergatori
Venetian Hoteliers Association

FAITA CONFESERCENTI NORDEST FEDERCAMPING · fiavet veneto · FIPE FEDERAZIONE ITALIANA PUBBLICI ESERCIZI CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA · FEDERALBERGHI VENETO

ebt.ve.it

Indice generale

1. ESSERE PROFESSIONISTI PAG. 8

1.1 Il PREZZO DI VENDITA & IL MENU ENGINEERING PAG. 10

1.2 INDICATORI E STRUMENTI PER UN CORRETTO CONTROLLO DI GESTIONE DELLA RISTORAZIONE PAG. 11

1.3 ABBINAMENTO CIBO VINO: CULTURA, TRADIZIONE E MODERNITÀ PAG. 12

1.4 IL MONDO DEL CAFFE' PAG. 13

1.5 IL MONDO DELLA MISCELAZIONE PAG. 14

1.6 IL SOUR E LE SUE INFINITE VARIANTI PAG. 14

1.7 BUFFET E BREAKFAST CON SERVIZIO ASSISTITO: LE PROPOSTE IDEALI PER SODDISFARE I CLIENTI NEL MOMENTO PIÙ DELICATO DELLA GIORNATA PAG. 15

1.8 ... A TUTTO SPRITZ PAG. 16

1.9 STRATEGIA DI UN EVENTO: PIANIFICARE, ORGANIZZARE E SAPER COMUNICARE L'EVENTO PAG. 17

1.10 DAL RING ALL'AULA PAG. 18
1.10.1 Big deal PAG. 18
1.10.2 Burnout PAG. 18

1.11 NEUROMARKETING PER IL TURISMO ON LINE PAG. 19

1.12 APPROCCIO AL COPYWRITING: UTILIZZO DELLA SCRITTURA PER UNA COMUNICAZIONE EFFICACE PAG. 20

1.13 MYSTERY GUEST: COME INTERPRETARE ED UTILIZZARE IL SUO REPORT PER MIGLIORARE SE STESSI E LA PERFORMANCE AZIENDALE PAG. 21

1.14 CORSO DI GRAFICA CON CANVA – LIVELLO AVANZATO PAG. 22

1.15 GOOGLE ANALYTICS PAG. 23

1.16 LA VOCE CHE EMOZIONA PAG. 24

1.17 LA DINAMICA FINANZIARIA DI UN'IMPRESA TURISTICO RICETTIVA: ANALISI DELL'EQUILIBRIO FINANZIARIO E DELLA SOSTENIBILITÀ DEL DEBITO PAG. 25

2. COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA PAG. 26

2.1 CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE PAG. 28

2.2 CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO PAG. 28

2.3 CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY PAG. 29

2.4 CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A2 ELEMENTARY PAG. 29

2.5 CORSO DI TEDESCO BASE: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A1 BASE PAG. 29

2.6 PALESTRA DI TEDESCO ALLA RECEPTION LIVELLO A2 ELEMENTARY PAG. 30

2.7 PALESTRA DI TEDESCO AL RISTORANTE/AI PIANI LIVELLO A1 BASE PAG. 30

2.8 CORSO FULL IMMERSION TEDESCO LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE PAG. 30

3. CONOSCERE IL TERRITORIO PAG. 32

3.1 ITINERARI NELLA STORIA PAG. 34
3.1.1 Il "terribile cervello" di Jacopo Tintoretto: una panoramica sulla sua arte PAG. 34
3.1.2 Capolavori del Barocco Veneziano PAG. 34
3.1.3 Dal ponte dell'Accademia a Rialto: un itinerario alla scoperta del sestiere di San Marco PAG. 35

3.3 GOLOSESSI, CONFETTI E DIAVOLINI: I DOLCI VENEZIANI DEL CARNEVALE PAG. 36

3.4 LA CIOCCOLATA, BEVANDA DEGLI DEI E I PECCATI DI GOLA NEI DIPINTI VENEZIANI DI PALAZZO REZZONICO PAG. 36

3.5 NAVIGANDO LE VIGNE DI SANT'ERASMO PAG. 37

3.6 UN VIAGGIO NELL'ENIGMA: IL LABIRINTO DI BORGES IN ISOLA DI SAN GIORGIO PAG. 37

Indice generale

3.**7** LA CHIESA DI SAN MICHELE IN ISOLA E IL COSMOGRAFO DEL DIAVOLO PAG. 38

3.**8** LA RIVA DEGLI SCHIAVONI TRA PRINCIPESSE AUSTRIACHE E DIVE AMERICANE PAG. 38

3.**9** L'ISOLA DELLE ROSE PAG. 39

3.**10** FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO PAG. 40
3.**2.1** Pesci delle valli da pesca e di laguna PAG. 40
3.**2.2** Cereali e grani storici PAG.40
3.**2.3** La natura che nutre: viaggio nel territorio tra i colori e i profumi di frutta e ortaggi secondo le stagioni PAG. 41

4. ORIENTARSI PAG. 42

4.**1** INBOUND MARKETING: ATTIRARE I CLIENTI ATTRAVERSO LE PAROLE PAG. 44

4.**2** MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO PER ORIENTARE LA STRUTTURA RICETTIVA A DIVENTARE WELLNESS PAG. 45

4.**3** LE 10 APP PIU' IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITA' DELLA STRUTTURA RICETTIVA IN MODO GRATUITO PAG. 46

4.**4** SPECIALIZZAZIONE E TEMATIZZAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA: COME DARE UNA PERSONALITA' DISTINTIVA PAG. 47

4.**5** HOTEL MARKETING OVERVIEW: "CARAMELLE" DI MARKETING OPERATIVO POST- PANDEMIA PAG. 48

4.**6** GUERRILLA MARKETING: INUSUALITÀ, CREATIVITÀ, SPETTACOLARITÀ NELLA COMUNICAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA PAG. 49

MODALITÀ DI ISCRIZIONE PAG. 50

COME EFFETTUARE L'ISCRIZIONE PAG. 51

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

ESSERE PROFESSIONISTI

1

1.1	Il PREZZO DI VENDITA & IL MENU ENGINEERING	PAG. 10
1.2	INDICATORI E STRUMENTI PER UN CORRETTO CONTROLLO DI GESTIONE DELLA RISTORAZIONE	PAG. 11
1.3	ABBINAMENTO CIBO VINO: CULTURA, TRADIZIONE E MODERNITÀ	PAG. 12
1.4	IL MONDO DEL CAFFE'	PAG. 13
1.5	IL MONDO DELLA MISCELAZIONE	PAG. 14
1.6	IL SOUR E LE SUE INFINITE VARIANTI	PAG. 14
1.7	BUFFET E BREAKFAST CON SERVIZIO ASSISTITO: LE PROPOSTE IDEALI PER SODDISFARE I CLIENTI NEL MOMENTO PIÙ DELICATO DELLA GIORNATA	PAG. 15
1.8	... A TUTTO SPRITZ	PAG. 16
1.9	STRATEGIA DI UN EVENTO: PIANIFICARE, ORGANIZZARE E SAPER COMUNICARE L'EVENTO	PAG. 17
1.10	DAL RING ALL'AULA	PAG. 18
1.10.1	Big deal	PAG. 18
1.10.2	Burnout	PAG. 18
1.11	NEUROMARKETING PER IL TURISMO ON LINE	PAG. 19
1.12	APPROCCIO AL COPYWRITING: UTILIZZO DELLA SCRITTURA PER UNA COMUNICAZIONE EFFICACE	PAG. 20
1.13	MYSTERY GUEST: COME INTERPRETARE ED UTILIZZARE IL SUO REPORT PER MIGLIORARE SE STESSI E LA PERFORMANCE AZIENDALE	PAG. 21
1.14	CORSO DI GRAFICA CON CANVA – LIVELLO AVANZATO	PAG. 22
1.15	GOOGLE ANALYTICS	PAG. 23
1.16	LA VOCE CHE EMOZIONA	PAG. 24
1.17	LA DINAMICA FINANZIARIA DI UN'IMPRESA TURISTICO RICETTIVA: ANALISI DELL'EQUILIBRIO FINANZIARIO E DELLA SOSTENIBILITÀ DEL DEBITO	PAG. 25

1.1
Il PREZZO DI VENDITA & IL MENU ENGINEERING

Nei giorni nostri, la decisione sul pricing o prezzo di vendita dei prodotti è fondamentale. In definitiva, il prezzo incide su ogni aspetto, a partire dalle finanze aziendali fino al posizionamento del vostro prodotto sul mercato.
Quella sul pricing è una decisione strategica per il vostro business e può essere vista come un'arte o come una scienza. Ma non è una decisione da poter prendere una volta sola.

CONTENUTI
- Il margine di contribuzione
- Concetto del prezzo di vendita
- La formazione del prezzo di vendita
- Metodi basati sul food cost
- Metodi basati sui costi
- Menu engineering
- Il Principio di Pareto
- I metodi di analisi di vendita
- Il grafico di Boston
- Esercitazioni: calcolo del prezzo di vendita

Data e orario: 17 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 3 ore

Chi è l'esperto?

Food & Beverage Management Specialist. Con oltre 40 anni di esperienza nel mondo della ristorazione, dal 1997 ricopre la mansione di Food & Beverage Manager presso alberghi di lusso di Venezia.
Ha frequentato corsi specialistici, quali: corso di Innovation Management "Green Belt Training for Six Sigma" presso la SDA Bocconi e corso di "Creating a high performance culture" presso Management Centre Europe (Bruxelles). Tra le varie e più recenti collaborazioni Luiss Management School e IHMA - International Hospitality Management Academy di Roma oltre a MIB – School of Management di Trieste.

1.2
INDICATORI E STRUMENTI PER UN CORRETTO CONTROLLO DI GESTIONE DELLA RISTORAZIONE

Obiettivo del corso è quello di individuare indicatori e strumenti che permettano un corretto controllo della gestione della ristorazione così da massimizzare i profitti del reparto.

CONTENUTI
- Organizzazione delle voci di gestione: da dove cominciare
- Gli indicatori di performance da monitorare nel breve, medio e lungo periodo
- Definizione di controllo di gestione e principio di prevenzione fiscale
- Le chiavi per il successo: risparmio e vendita

Data e orario: 22 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 3 ore

Chi è l'esperto?

Esperto di Management, Marketing del turismo e della Ristorazione, con oltre venticinque anni di esperienza sul campo, ha fondato nel 2001 una società specializzata in consulenza e formazione per il Marketing turistico internazionale e la ristorazione. Nel 2014 ha creato un magazine on line che raggiunge ogni settimana migliaia di followers. Autore di diversi testi professionali sul Marketing territoriale, del prodotto turistico e sull'arte del Breakfast, oltre che di tre collane di audiovisivi per la formazione a distanza.

1.3
ABBINAMENTO CIBO VINO: CULTURA, TRADIZIONE E MODERNITÀ

Vino o cibo? Quale sarà il protagonista a tavola? Quello dell'abbinamento è uno strano gioco di equilibri in cui l'obiettivo principale è la ricerca del piacere. Il vino non deve sovrastare il cibo e viceversa. Il percorso di abbinamento cibo-vino inizia con l'analisi di tutte le caratteristiche sensoriali percepite per proseguire con la tecnica dell'abbinamento secondo i principi della concordanza della contrapposizione e si conclude con un giudizio sull'armonia dell'abbinamento.

CONTENUTI
Cibo e vino, cenni storici
-L'uomo e il cibo
-L'evoluzione del gusto
- Matrimonio di sapori
- Condimenti, salse e cotture
Il gusto del vino e il gusto del cibo
- I quattro sapori fondamentali
- Le sensazioni tattili
- Le sensazioni gusto-olfattive
- Tipologie di vini, alimenti e preparazioni
L'abbinamento
- Per concordanza
- Per contrapposizione
- L'abbinamento con i dolci
- Gli abbinamenti impossibili
I segreti del wine paring
- Scheda di abbinamento cibo-vino
- Mode e tendenze
- Formaggi e vini passiti
-La cucina veneziana e i vini

Date e orario: 02/09/16/23 marzo 2022, 15.00-18.00
Durata: 12 ore

Chi è l'esperto?

Wine expert, Sommelier Docente presso Associazione Italiana Sommelier Veneto, degustatore ufficiale Vinetia migliori vini del Veneto, direttore di corso e delegato AIS Venezia, albergatore e ristoratore con pluriennale esperienza.

1.4
IL MONDO DEL CAFFE'

Un modo per capire al meglio il mondo del caffè. Conoscere i metodi di estrazione differenti per assaporare il caffè in maniera alternativa, imparando le tradizioni dei paesi e i loro riti per questa bevanda meravigliosa.

CONTENUTI
- Breve Storia e botanica del caffè
- I differenti modi di estrarre il caffè con diversi macchinari
- Sistemi di tostatura diversa in base al tipo di estrazione per esprimere al meglio il risultato in tazza
- Granulometria, il giusto modo di macinare il caffè per ogni macchinario.
- L'acqua, la parte fondamentale per l'estrazione.

Data e orario: 10 marzo 2022, 9.00-13.00
Durata: 4 ore

Chi è l'esperto?

Abile creatore di cocktail, con un background nel mondo del flair bartending e della Mixology, nel corso della sua carriera decide di specializzarsi anche nel campo della caffetteria, ambito nel quale è formatore di Caffetteria e Latte Art per diversi Torrefattori e associazioni di categoria. Attualmente è E.I.T. (Espresso Italiano Trainer), assaggiatore specializzato del caffè e giudice nell'analisi sensoriale presso lo I.I.A.C. (Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè).

1.5
IL MONDO DELLA MISCELAZIONE

La formazione prevede l'analisi e lo studio mirato di tutte quelle componenti fondamentali per avere un primo importante approccio con il mondo della Mixology. Verranno esaminate due diverse metodologie di lavoro, o scuole di pensiero, per l'organizzazione generale di un American Bar: Scuola Europea o stile (Classic Luxury/Japanese style) e Scuola Americana o American Bartending.
Verranno fornite nozioni su cosa acquistare e come utilizzare l'attrezzatura per poter miscelare, su come poter leggere qualsiasi tipologia di ricetta espressa in ogni unità di misura e sulle tecniche di miscelazione per realizzare cocktails, partendo dai più conosciuti (Cocktails I.B.A.) alle nuove tendenze.

CONTENUTI
- L'arte della miscelazione: attrezzature e ferri del mestiere
- Gli stili di miscelazione (classico – American style – giapponese)
- I bicchieri (mode e tendenze)
- Come costruire un cocktail: le tecniche di miscelazione
- I grandi classici e i drink moderni

Data e orario: 25 febbraio 2022, 10.00-13.00
Durata

1.6
IL SOUR E LE SUE INFINITE VARIANTI

La famiglia dei cocktails denominati SOURS deve il suo successo alla facile realizzazione, al numero limitato di ingredienti e soprattutto al gusto che incontra il palato di tutti.
L'obiettivo del corso è quello di trasferire ai partecipanti le tecniche per rielaborare la classica ricetta dei Sours in una serie infinita di altre ricette vincenti e di facile realizzazione.
A tal fine verranno proposti metodi per twistare in vari modi il classico Vodka Sour, aromatizzando o aggiungendo uno o più ingredienti alla ricetta originale, creando diverse soluzioni di tendenza , senza stravolgerne la struttura di partenza. Inoltre, verrà creata una una Cocktails -list di soli Sours, partendo dalle prime ricette già presenti nel celebre THE BARTENDER'S GUIDE di Jerry Thomas del 1862 (Gin Sour , Whisky Sour) fino ad arrivare a quelli più moderni (Carbon Sour, Vegan Sour etc.).

CONTENUTI
- Come partire da un grande classico e realizzare nuove ricette di tendenza
- L'utilizzo dell'uovo dal 1900 ai nostri tempi
- L'albumina e le alternative
- Le tecniche di miscelazione
- I sours *vegan*
- Lo zucchero e le sue trasformazioni

Data e orario: 04 marzo 2022, 10.00-13.00
Durata: 3 ore

1.7
BUFFET E BREAKFAST CON SERVIZIO ASSISTITO: LE PROPOSTE IDEALI PER SODDISFARE I CLIENTI NEL MOMENTO PIÙ DELICATO DELLA GIORNATA

Il corso sviluppa argomenti legati alla creazione di un buffet vincente, sia per quanto riguarda la qualità del prodotto che l'organizzazione del lavoro con lo staff di Sala &Cucina. Verranno esaminate le strategie basilari per l'impiattamento ad effetto e per realizzare un buffet con le giuste proporzioni di prodotti dolci e salati, in base alle caratteristiche dell'hotel.

CONTENUTI
- Come costruire un menu da colazione, riducendo al minimo gli sprechi
- Calcolo della gestione dei tempi di preparazione ed allestimento
- Gestione della merceologia
- Ottimizzazione dei costi
- Tecniche decorative (Pasticceri base)
- Il Dolce/Salato
- Buffet e Breakfast con servizio assistito
- Gestione del flusso dei clienti

Data e orario:18 marzo 2022, 10.00-13.00
Durata: 3 ore

Chi è l'esperto?

Restaurant & Bar Manager con pluriennale esperienza nel mondo della ristorazione, nei Club tra i più esclusivi d'Italia, Hotels dai 3 ai 5 stelle Lusso, istruttore di miscelazione/caffetteria, fondatore di una Barman School, si occupa di consulenza e direzione di Bar e Ristoranti all'interno di strutture ricettive, sia in Italia che all'estero.

1.8
... A TUTTO SPRITZ

Se dovessimo definire Venezia con una bevanda questa non potrebbe che essere lo spritz. Da fenomeno locale ha travalicato i confini lagunari fino ad estendersi all'Italia tutta.
Nella prima giornata la lezione si articolerà su un excursus storico su come nasce e si sviluppa lo spritz. Ma verrà fatta anche una panoramica sulla guerra commerciale che i marchi legati alla celebre bevanda combattono oggi a Venezia e dintorni per assicurarsi un mercato notevole.
La seconda lezione racconterà come far conoscere e divulgare la tradizione Veneziana di un aperitivo tradizionale storico oggi in voga in tutte le maggiori capitali Mondiali. Verranno proposte anche le tante varianti e verranno illustrate le differenti tipologie di questa particolare categoria di Aperitivi chiamata Sparkling Wine, che sfocia nella tradizione Veneta dello Spritz.

CONTENUTI
- Storia dello spritz: come nasce e si sviluppa il mito dell'aperitivo veneziano per eccellenza
- Differenze tra la la ricetta originale e quelle usate attualmente nei vari bar
- Spritz VS Sprisss e sue varianti
- Le polemiche Internazionali che nel 2019 si sono venute a creare sullo Spritz
- Il Bilanciamento e la parte amara e l'utilizzo delle tipologie dei vini frizzanti nella miscelazione
- L'utilizzo di Vermuth e liquori Amari nella composizione

Data e orario:
16 marzo 2022 10.00 -12.00
17 marzo 2022 9.30- 12.30
Durata 5 ore

Chi è l'esperto?

Il corso viene tenuto da due esperti: una storica della gastronomia che ha pubblicato numerosi libri con i piu' importanti editori italiani sulla cucina veneziana ed i prodotti del territorio, ed è ideatrice degli Itinerari enogastronomici veneziani "Cotture & Culture", ed un abile creatore di cocktail, con un background nel mondo del flair bartending e della Mixology, oltre che della caffetteria e della Latte Art, ambito nel quale è formatore per diversi Torrefattori e associazioni di categoria.

1.9
STRATEGIA DI UN EVENTO: PIANIFICARE, ORGANIZZARE E SAPER COMUNICARE L'EVENTO

Il corso si pone l'obiettivo di fornire le indicazioni di base per la corretta creazione di un evento.

CONTENUTI
- Approccio al cliente e identificazione delle sue esigenze
- Tipologia e caratterizzazione: i diversi stili
- I principali strumenti/dettagli necessari per la creazione del party, che si tratti di un matrimonio, una festa a tema o un'altra ricorrenza
- Creare un effetto wow con buon gusto ed eleganza
- Fiori ed addobbi, i dettagli dello stile di classe
- Comunicare l'evento e condividerlo
- Farsi ricordare (ABC strategico per un party da non dimenticare), cosa non deve mancare, il party perfetto!

Data e orario: 22 febbraio 2022, 9.30-11.30
Durata: 2 ore

Chi è l'esperto?

Wedding planner, party planner, event planner, event creator. Organizza principalmente eventi privati, cerimonie, compleanni e feste. Cerca di catturare i desideri dei clienti per creare eventi indimenticabili trasformandoli in progetti personalizzati. Ha aperto una propria agenzia ed è stata intervistata da alcune testate nazionali e televisioni locali.

1.10 DAL RING ALL'AULA

Pugile, formatore, imprenditore: quattro volte cintura europea, è oggi il **campione italiano Supergallo in carica** e lo sfidante ufficiale al titolo UE, già vinto nel 2017.
Dalla sua storia di campione, fatta di sfide, sconfitte e vittorie, ha imparato la resilienza e la determinazione che fanno di lui un formidabile speaker motivazionale.
Vi proponiamo due incontri che affrontano i temi della **MOTIVAZIONE** e della **GESTIONE DELLO STRESS**.

1.10.1
Big deal

Quanto è difficile **pensare in grande**? Quanto limiti ci poniamo tutti i giorni difronte ai nostri **obiettivi**?
In Big Deal troviamo lo spirito del campione che non si arrende e racconta di come partendo dai suoi **pensieri** è riuscito a raggiungere i traguardi che si era prefissato.
In questo intervento molto emotivo l'atleta sblocca le persone su come ritrovare la **motivazione** e le porta a rifocalizzarsi sui loro sogni, come fa un **campione** dello sport.

Data e orario: 10 marzo 2022, 10.00 - 11.30
Durata: 1,5 ore

1.10.2
Burnout

Lo **stress** può creare grandi difficoltà ad un individuo e può compromettere l'efficienza di un gruppo, ma se usato a proprio favore può essere convertito in una grande energia per spingerci oltre i nostri **limiti**.
Il campione ci spiega come la maggior parte delle persone davanti alle difficoltà di una sfida o di un progetto tendono a **mollare** e a cedere. In questo evento comunica in che modo portare i **principi della boxe** nella vita e nel lavoro, imparando a prevenire e **gestire situazioni di burnout**.
Questo speech trasmette i metodi e i sistemi che i **campioni dello sport** utilizzano per gestire le fonti di stress sia fisico che emotivo e **come non bloccarsi di fronte alle grandi sfide**.

Data e orario: 24 marzo 2022, 10.00 - 11.30
Durata: 1,5 ore

1.11
NEUROMARKETING PER IL TURISMO ON LINE

Per la prima volta le tecniche di comunicazione usate dai grandi player del turismo on line vengono analizzate, spiegate e declinate per essere applicate ai siti web di hotel indipendenti, catene alberghiere e destinazioni turistiche.
Tecniche di comunicazione efficaci, semplici e basate sugli studi di neuromarketing, l'affascinante connubio tra neuroscienze e marketing, la metodologia che studia i comportamenti emotivi dei viaggiatori durante i processi di prenotazione.
Uno straordinario viaggio alla scoperta dell'importanza delle emozioni nella comunicazione on line, della decodifica delle stesse e di come applicarle in modo semplice ed efficace, per aumentare il valore percepito e condurre il cliente alla prenotazione.
Il taglio della formazione è molto operativo, nella prima parte del corso infatti si prevede una formazione sull'uso della metodologia agile e di alcuni strumenti organizzativi come *Trello*, così da avere uno strumento efficace per mettere in pratica i contenuti del corso.
Nella seconda parte si analizzeranno i siti dei partecipanti per individuare i punti di miglioramento, creando un documento che potrà esser condiviso con la propria web agency per la messa in pratica.

CONTENUTI
- Metodi agili per implementare i contenuti del corso
- Il potere delle immagini
- Le leve della persuasione declinate nel turismo
- User Experience nel siti web
- Il comportamento d'acquisto e le fasi emotive durante il processo di prenotazione
- La mappa dei touch point digitali
- Neuromarketing in pratica tramite attività metodologia agile

Date e orario: 23/24 febbraio 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

Coordinatore area turismo on line dell'associazione italiana di neuromarketing. Formatore in ambiti aziendali, associativi, universitari. Autore della prima pubblicazione dedicata all'applicazione del neuromarketing in ambito turistico. Esperto in web marketing per il turismo on line.

1.12
APPROCCIO AL COPYWRITING: UTILIZZO DELLA SCRITTURA PER UNA COMUNICAZIONE EFFICACE

Il percorso porterà il partecipante ad analizzare alcune tecniche di *copywriting* applicabili alla pubblicistica interna ed esterna del settore alberghiero. Lo scopo del corso, oltre a quello di indirizzare i partecipanti all'utilizzo di corrette forme comunicative scritte, è quello di permettere di comprendere e all'occorrenza interagire, con Agenzie di Comunicazione, Giornalisti e Redattori.
Verranno presi in considerazione gli effetti della comunicazione sul comportamento dei Clienti, il corretto utilizzo delle forme grammaticali, la costruzione del sistema lessicale per applicarli alla pubblicistica interna, esterna e ai comunicati stampa.

CONTENUTI
Regole base del copywriting
- Linee da seguire per una comunicazione efficace, autorevole e persuasiva

Stesura in stile giornalistico
- Come scrivere un comunicato stampa, un articolo e un redazionale

Copywriting, web copywriting, SEO copywriting
- Adeguamenti della scrittura giornalistica alle regole del web e del social-web
- Le regole del SEO
- Come scrivere un testo "gradito" a Google

Date e orario: 16/17 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

Il corso è tenuto a due mani da due giornalisti, l'uno per 28 anni direttore di Hotel Domani, rivista leader in Italia nel settore del mondo alberghiero e per 12 anni Segretario generale di SOLIDUS, l'associazione che raggruppa alcune delle più importanti associazioni professionali del mondo alberghiero; l'altro giornalista di importanti testate, attualmente dirige www.2morrow.it e si occupa dei contenuti editoriali di www.travelworld.it ed è corrispondente italiano del Grupo Excelencias.

1.13
MYSTERY GUEST: COME INTERPRETARE ED UTILIZZARE IL SUO REPORT PER MIGLIORARE SE STESSI E LA PERFORMANCE AZIENDALE

Il corso porterà il partecipante ad analizzare i metodi più utilizzati dai professionisti del Mystery Shopping applicabili a Hotels e Ristoranti su scala internazionale. Lo scopo del corso, oltre a quello di indirizzare ad una corretta interpretazione dei reports della mystery visit, è quello di ottimizzare la condivisione dei risultati con il proprio Team stabilendo priorità e urgenze delle azioni correttive da intraprendere.

CONTENUTI
La figura del Mystery Guest
- Chi è e come prepara la sua visita e i reports
- Simulazioni su casi reali

L'utilizzo dei reports
- Analisi dei momenti di contatto interpersonale
- Analisi e corretta interpretazione dei reports
- Condivisione ed interazione con il Team
- Analisi e programmazione delle azioni correttive
- Conoscere se stessi ed errori da evitare

La check-list come strumento di auto-valutazione e crescita aziendale
- Analisi dei mezzi aziendali per il raggiungimento degli obiettivi prefissati
- Creazione e utilizzo di una check list *ad personam* e *goal oriented*
- Condivisione e coinvolgimento del Team;
- Check-list quale strumento di formazione on the job

Date e orario: 28/29 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

Il corso è tenuto a due mani da due esperti: un giornalista del settore alberghiero con esperienza acquisita in centinaia di visite in alberghi di tutta Europa e un direttore d'albergo che ha lavorato in alcuni dei più importanti hotel d'Italia, Francia e Inghilterra e coltiva il piacere della condivisione della sua esperienza con chi ne voglia fare tesoro.

1.14
CORSO DI GRAFICA CON CANVA – LIVELLO AVANZATO

Canva è uno dei migliori strumenti on line per realizzare grafiche di ogni tipo, sia on line che pronte per la stampa: dal biglietto da visita ai menu passando per i social media. In questo corso avanzato vedremo come realizzare in maniera pratica alcune delle necessità più comuni sfruttando gli strumenti più avanzati del programma. Il Corso è rivolto a chi ha già conoscenze base di Canva e vuol essere autonomo nella gestione dei propri progetti.

CONTENUTI
- Brand Identity
- Uso delle griglie
- Impostazione file di stampa
- Grafiche per i social: post e copertina Facebook, post e storia Instagram

Date e orario: 16/17 febbraio 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

15 anni di esperienza in hotel, docente per istituti tecnici e università, consulente e formatore di digital marketing per hotel e strutture ricettive, relatore all'Hospitality Day di Rimini e Hospitality Day di Riva del Garda, certificato Google Analytics Avanzato e Facebook Digital Marketing Associate.

1.15
GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics ci fornisce molti dati relativamente al comportamento dei visitatori del nostro sito web e ci permette quindi di fare le giuste valutazioni e intraprendere le strategie migliori per aumentare l'usabilità del sito e incrementare il fatturato. Il corso è rivolto a quanti desiderino avere le conoscenze base per analizzare e comprendere i dati del proprio sito web.

CONTENUTI
- Google Anaytics Universal vs GA4
- Dati geografici
- Sorgenti di Traffico
- Obiettivi
- Eventi
- Collegamento al Booking Engine
- Elaborazione dati con Excel

Data e orario: 18 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 3 ore

Chi è l'esperto?

15 anni di esperienza in hotel, docente per istituti tecnici e università, consulente e formatore di digital marketing per hotel e strutture ricettive, relatore all'Hospitality Day di Rimini e Hospitality Day di Riva del Garda, certificato Google Analytics Avanzato e Facebook Digital Marketing Associate.

1.16
LA VOCE CHE EMOZIONA

"**La voce**" per l'utilizzo in pubblico e nei diversi contesti sociali e lavorativi è lo strumento che esprime l'empatia dell'individuo e che lo caratterizza. Con la voce esprimiamo le intenzioni e interagiamo con il mondo esterno rendendo il nostro messaggio più empatico e più convincente.
Migliorare le competenze sull'utilizzo della voce e conoscerne i dettagli espressivi sono obiettivi che vengono riconosciuti tra le competenze trasversali che le aziende considerano come requisito della professionalità.

CONTENUTI
- La voce
- La dieta alimentare per le corde vocali
- Le nozioni sulla dizione italiana ed accenti delle parole e punteggiatura
- Brevi accenni della prosa e della poesia al servizio della lingua italiana.

Il tutto verrà accompagnato dalla spiegazione di alcuni esercizi pratici che si potranno imparare facilmente per essere poi praticati nel quotidiano.

Data e orario: 21 febbraio 2022, 9.30-12.00
Durata: 2,5 ore

Chi è l'esperto?

Ama definirsi il "factotum creativo" essendo un cantante a cui piace esplorare l'espressività artistica con competenze trasversali quali il filmmaking e la produzione musicale in tutte le sue forme. Negli ultimi anni ha raggiunto la sua mission nella formazione per gli adulti dove propone il suo argomento "La voce" concentrando l'attenzione sull'osservazione dell'individuo e del proprio carattere, cercando soprattutto di farlo innamorare di sé stesso riscoprendosi e riosservandosi.

1.17
LA DINAMICA FINANZIARIA DI UN'IMPRESA TURISTICO RICETTIVA: ANALISI DELL'EQUILIBRIO FINANZIARIO E DELLA SOSTENIBILITÀ DEL DEBITO

Il corso si pone l'obiettivo di analizzare le principali determinanti alla base dell'equilibrio finanziario di un'impresa turistico ricettiva. Partendo dalla lettura del rendiconto finanziario, si porrà un focus particolare sui temi della sostenibilità del debito e degli indicatori da monitorare per affrontare la valutazione della solvibilità aziendale.

CONTENUTI
- Analisi della dinamica finanziaria d'impresa: i principali flussi finanziari della gestione;
- Lettura e interpretazione del rendiconto finanziario;
- Analisi di casi
- La coerenza tra il flusso finanziario operativo, quello delle attività di investimento e delle attività di finanziamento
- La posizione finanziaria netta e la sostenibilità del debito bancario
- Analisi di casi

Data e orario: 07/14 marzo 2022, 14.30-17.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

Professore universitario di Economia aziendale. Svolge attività di formazione scientifica e professionale in azienda e per conto di diverse Business School dal 2001. Da anni si occupa di analisi economico finanziaria delle imprese del comparto turistico e delle società sportive professionistiche. Da diversi anni ha maturato un'esperienza nel mondo bancario, in qualità di consigliere di amministrazione, con delega ai sistemi di controllo.

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

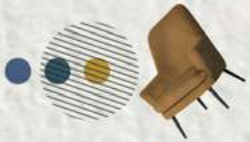
SINTONIZZATA - **M**OTIVANTE - **A**GILE - **R**INNOVATA - **T**RASVERSALE

COMUNICARE IN LINGUA STRANIERA

2

2.1	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 28
2.2	CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO	PAG. 28
2.3	CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 29
2.4	CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 29
2.5	CORSO DI TEDESCO BASE: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A1 BASE	PAG. 29
2.6	PALESTRA DI TEDESCO ALLA RECEPTION LIVELLO A2 ELEMENTARY	PAG. 30
2.7	PALESTRA DI TEDESCO AL RISTORANTE/AI PIANI LIVELLO A1 BASE	PAG. 30
2.8	CORSO FULL IMMERSION TEDESCO LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE	PAG. 30

2 smart.EBT
PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE



PER FREQUENTARE UN CORSO DI LIVELLO SUCCESSIVO AL LIVELLO A1 – BASE, È NECESSARIO FARE UN TEST DI ACCESSO CHE VERRÀ INVIATO DIRETTAMENTE DAGLI ISTITUTI LINGUISTICI A TUTTI GLI ISCRITTI.

PER CIASCUNA LINGUA, SARÀ POSSIBILE ISCRIVERSI AD UN UNICO LIVELLO.

2.1
CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE

Il corso seguirà un approccio dell'apprendimento della lingua di tipo comunicativo con ulteriori approfondimenti di elementi di grammatica e lessicali, ampliamento del vocabolario e miglioramento della comprensione e del parlato.
Verranno introdotti skills di lavoro e verranno inoltre introdotti argomenti a seconda delle esigenze dei partecipanti.

Date: 15/17/22/24 febbraio e 01/03/08/10/15/17 marzo 2022
Martedì e giovedì dalle 16.00 alle 18.00
Durata: 20 ore

2.2
CORSO DI LINGUA INGLESE - LIVELLO B2 INTERMEDIO AVANZATO

Il corso di conversazione non ha un programma didattico predefinito ma si plasma in base alle esigenze e lacune dei partecipanti al corso, IL METODO USATO è QUELLO COMUNICATIVO.
E' rivolto a persone che vogliono ampliare il proprio vocabolario, capire argomenti e deduzioni.
Il corso prevede: sviluppo della comunicazione relativo alla professione, della pronuncia, del ritmo della lingua.
L'obiettivo del corso è quello di fornire ai partecipanti gli strumenti, li linguaggio tecnico appropriato e la fluidità linguistica adeguata a tutte le professioni che operano nel settore del turismo.

Date: 21/23/28 febbraio e 02/07/09/14/16/21/23 marzo 2022
Lunedì e mercoledì dalle 10.00 alle 12.00
Durata: 20 ore

2.3
CORSO DI LINGUA FRANCESE - LIVELLO A2 ELEMENTARY

Il corso prevede la revisione e il ripasso generale delle abilità linguistiche con approfondimento grammaticale, sviluppo della capacità di comprensione, espressione e comunicazione con l'applicazione delle quattro abilità linguistiche.
Conversazione con argomenti a seconda delle esigenze dei partecipanti.

Date: 16/18/23/25 febbraio e 02/04/09/11/16/18 marzo 2022
Mercoledì e venerdì dalle 16.00 alle 18.00
Durata: 20 ore

2.4
CORSO DI LINGUA SPAGNOLA - LIVELLO A2 ELEMENTARY

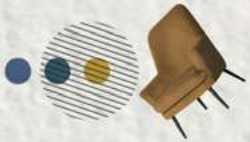
Il corso prevede la revisione e il ripasso generale delle abilità linguistiche con approfondimento grammaticale, sviluppo della capacità di comprensione, espressione e comunicazione con l'applicazione delle quattro abilità linguistiche.
Conversazione con argomenti a seconda delle esigenze dei partecipanti.

Date: 16/18/23/25 febbraio e 02/04/09/11/16/18 marzo 2022
Mercoledì e venerdì dalle 14.00 alle 16.00
Durata: 20 ore

2.5
CORSO DI TEDESCO BASE: L'ABC PER IL TURISMO LIVELLO A1 BASE

Obiettivo del corso è comunicare con l'ospite di lingua tedesca ad un livello base.
Si affronteranno le situazioni tipiche legate al mondo turistico: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali, al servizio di ristorazione/bar, con particolare attenzione alla grammatica di base.

Date: 22/24 febbraio e 03/08/10/15/17/22/24/29 marzo 2022
Martedì e giovedì dalle 11.00 alle 13.00
Durata: 20 ore



2.6
PALESTRA DI TEDESCO ALLA RECEPTION LIVELLO A2 ELEMENTARY

Obiettivo del corso è comunicare con l'ospite di lingua tedesca ad un livello elementare. Si affronteranno le situazioni tipiche legate alla reception: dalla prenotazione, al check-in e check-out, alle indicazioni stradali, gli orari, alla descrizione dei servizi dell'hotel.

Date: 03/08/10/15/17/22/24/29 marzo 2022
Martedì e Giovedì dalle 9.00 alle 11.00
Durata: 16 ore

2.7
PALESTRA DI TEDESCO AL RISTORANTE/AI PIANI LIVELLO A1 BASE

Obiettivo del corso è comunicare con l'ospite di lingua tedesca ad un livello base. Si affronteranno le situazioni tipiche legate alla ristorazione e al servizio ai piani: dal servizio di ristorazione/bar, alle richieste dei clienti (customer care), alla spiegazione dei piatti e dei servizi dell'hotel.

Date: 24 febbraio e 03/08/10/15/17/22/24 marzo 2022
Martedì e Giovedì dalle 14.00 alle 16.00
Durata: 16 ore

2.8
CORSO FULL IMMERSION TEDESCO LIVELLO B1 INTERMEDIO BASE

Obiettivo del corso è comunicare nelle varie situazioni con l'ospite di lingua tedesca. Si affronteranno tutte le situazioni più "delicate" e disparate di interazione con l'ospite di lingua tedesca: dalla prenotazione, al check-in, alle indicazioni stradali, al servizio di ristorazione/bar, con approfondimento della grammatica tedesca e del lessico.

Date: 04/05/06/07/11/12/13/14 aprile 2022
Dal Lunedì al Giovedì dalle 9.00 alle 12.00
Durata: 24 ore (3 ore x 4 mattine alla settimana x 2 settimane)

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

CONOSCERE IL TERRITORIO

3

3.**1**	ITINERARI NELLA STORIA	PAG. 34
3.**1.1**	Il "terribile cervello" di Jacopo Tintoretto: una panoramica sulla sua arte	PAG. 34
3.**1.2**	Capolavori del Barocco Veneziano	PAG. 34
3.**1.3**	Dal ponte dell'Accademia a Rialto: un itinerario alla scoperta del sestiere di San Marco	PAG. 35
3.**3**	GOLOSESSI, CONFETTI E DIAVOLINI: I DOLCI VENEZIANI DEL CARNEVALE	PAG. 36
3.**4**	LA CIOCCOLATA, BEVANDA DEGLI DEI E I PECCATI DI GOLA NEI DIPINTI VENEZIANI DI PALAZZO REZZONICO	PAG. 36
3.**5**	NAVIGANDO LE VIGNE DI SANT'ERASMO	PAG. 37
3.**6**	UN VIAGGIO NELL'ENIGMA: IL LABIRINTO DI BORGES IN ISOLA DI SAN GIORGIO	PAG. 37
3.**7**	LA CHIESA DI SAN MICHELE IN ISOLA E IL COSMOGRAFO DEL DIAVOLO	PAG. 38
3.**8**	LA RIVA DEGLI SCHIAVONI TRA PRINCIPESSE AUSTRIACHE E DIVE AMERICANE	PAG. 38
3.**9**	L'ISOLA DELLE ROSE	PAG. 39
3.**10**	FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO	PAG. 40
3.**2.1**	Pesci delle valli da pesca e di laguna	PAG. 40
3.**2.2**	Cereali e grani storici	PAG.40
3.**2.3**	La natura che nutre: viaggio nel territorio tra i colori e i profumi di frutta e ortaggi secondo le stagioni	PAG. 41

3.1 ITINERARI NELLA STORIA

3.1.1
Il "terribile cervello" di Jacopo Tintoretto: una panoramica sulla sua arte

Una lezione introduttiva generale e un itinerario alla scoperta di uno dei più importanti artisti veneziani di tutti i tempi. Specialmente l'uscita sarà occasione per entrare in contatto non solo con la pittura di Jacopo Tintoretto, ma della Venezia che lo ispirò. Tintoretto, infatti, dopo aver avuto bottega a San Cassiano, nei pressi di Rialto, si trasferì alla Madonna dell'Orto, dove realizzò alcune delle sue opere più importanti. L'itinerario parte dal Ghetto, luogo assiduamente frequentato dal pittore e fonte di ispirazione per i costumi e l'aspetto dei suoi personaggi dipinti, e approderà alla suggestiva chiesa della Madonna dell'Orto, dove è sepolto il pittore, includendo un passaggio per la sua casa-bottega.

21 febbraio 2022, 15.00-17.00 (lezione online)
22 febbraio 2022, 9.30-12.30 (lezione in visita Sulle orme del Tintoretto: dal Ghetto alla Madonna dell'Orto)
Durata: 5 ore

3.1.2
Capolavori del Barocco Veneziano

Il barocco connota l'aspetto di Venezia in maniera determinante, dal punto di vista pittorico, scultoreo, architettonico e anche urbanistico. Il Seicento rappresenta infatti la splendida decadenza della città: la teatralità e la monumentalità dell'arte di questo periodo paradossalmente convivono con l'ineluttabile destino della Repubblica a ricoprire un ruolo di crescente marginalità nelle vicende politiche europee. Dopo una lezione introduttiva sui grandi capolavori del Barocco veneziano (es. chiese come i Gesuiti e San Stae, palazzi come Cà Zenobio e Cà Sagredo, gli intagli del Brustolon, la pittura dei "tenebrosi"...), l'uscita avrà per oggetto il più importante complesso seicentesco di Venezia: la Basilica della Madonna della Salute di Baldassarre Longhena in Punta della Dogana e il vicino Palazzo del Seminario, antico collegio dei Somaschi.

Date e orario:
07 marzo 2022, 15.00-17.00 (lezione online)
11 marzo 2021, 9.30-12.30 (lezione in visita nella Venezia barocca: la celebre Madonna della Salute e un gioiello poco conosciuto, il Palazzo del Seminario)
Durata: 5 ore

3.1.3
Dal ponte dell'Accademia a Rialto: un itinerario alla scoperta del sestiere di San Marco

Rivoalto: è questo il nome originario del sestiere di San Marco, che corrisponde al nucleo originario della città. Da qui partì la plurisecolare storia di Venezia, e qui tutti ambirono a lasciare il segno, dagli ordini religiosi alle famiglie illustri. L'itinerario ci condurrà alla scoperta dei molti elementi di interesse che costellano l'asse viario Accademia-Rialto: chiese, ponti, palazzi ... ma anche le tracce, certo meno impattanti, eppure non meno importanti, di una Venezia popolare che anche qui trovò spazio e occasioni di protagonismo.

Data e orario: 01 aprile 2022, 9.00-13.00 (lezione itinerante)
Durata: 4 ore

Chi è l'esperto?

Laureata in Storia dell'Arte paleocristiana e medioevale presso l'Università Ca' Foscari di Venezia, si è addottorata nel 2009 presso l'Università degli Studi di Torino. Dal 2008 al 2014 è stata assegnista di ricerca presso la Fondazione Studium Generale Marcianum di Venezia, pubblicando diversi studi e monografie specialmente sull'arte del Rinascimento veneziano.
É attualmente ricercatrice indipendente e docente a contratto presso la Facoltà Teologica del Triveneto e Itinerarte RLT. Dal 2011 è socia della Cooperativa di Ricerca "TeSto – territorio, storia e società", con sede in Trentino, impegnata in svariati progetti di ricerca in ambito storico e storico-artistico.

3.3
GOLOSESSI, CONFETTI E DIAVOLINI: I DOLCI VENEZIANI DEL CARNEVALE

L'intrigante storia dei dolci veneziani, dal *bambin de zucaro* che si regalava alle giovani spose agli elaborati "trionfi" in cui erano maestri i dolcieri della Serenissima.
Dalle persagade e pignoccate alle *fritole* giunte direttamente dall'Oriente, dalle creme rosade ai pevarini e ai diavolini speziati, dagli *zaleti* con la farina di mais al baicolo inventato nel salotto di un palazzo, senza dimenticare il successo del tiramisù: le tappe delle dolcezze (con qualche divagazione) dal passato fino ai giorni nostri, accompagnate dagli usi eccentrici dei veneziani come i rinfreschi dolci che si servivano sul campanile di San Marco per intrattenere gli ospiti di riguardo.

Data e orario: 17 febbraio 2022, 10.00-12.00
Durata: 2 ore

3.4
LA CIOCCOLATA, BEVANDA DEGLI DEI E I PECCATI DI GOLA NEI DIPINTI VENEZIANI DI PALAZZO REZZONICO

La forza prorompente della fumante tazza di cioccolata, peccaminosa e rivoluzionaria che arriva dalle Americhe, cambia la socialità di Venezia, capitale del divertimento e del lusso. Considerata un nettare divino tanto era corroborante, veniva consumata a tutte le ore negli eleganti Caffè di piazza San Marco, luoghi di incontri e di gossip, ma anche negli intimi abitacoli delle gondole col felze, trasformate in alcove galleggianti. Questo excursus ne racconta la storia e gli aneddoti, il modo di prepararla e di servirla, gli interdetti della Chiesa e i simpatici escamotage messi in atto per aggirarli.
A completare il tema, i dipinti con le scene quotidiane del **Diziani** e del **Longhi** ci restituiscono interni di cucina con burrose giovanette che girano la polenta, ma anche rugose venditrici ambulanti di *fritole* in giro per le calli e sagre popolari nelle quali lungo le rive si friggevano *sfogeti* e *sardele*.
Le singolari abitudini veneziane sono immortalate nei quadri del **Guardi**, che riprendono gustose scenette nei parlatori dei conventi, dove sante monache elegantissime, ingioiellate e scollacciate tanto quanto le altre dame e cortigiane, consumavano allegramente caffè e cioccolate in raffinate porcellane.
Un modo completamente nuovo di raccontare l'arte attraverso la vita che si svolgeva nei palazzi veneziani.

Date e orario:
21 marzo 2022, 16.00-18.00 (lezione online)
22 marzo 2021, 9.30-12.30 (lezione in visita a Palazzo Rezzonico con degustazione di cioccolata e golosessi)
Durata: 5 ore

3.5
NAVIGANDO LE VIGNE DI SANT'ERASMO

Sant'Erasmo, un paradiso di silenzio e di quiete, scandito di tanto in tanto da qualche Ape che trasporta ortaggi. In questo tempio della genuinità, coltivano la vigna Dariella e Gastone, esempi di tutto il buono che la terra offre. Nello spazio ombreggiato del loro orto, tra *castraure* ed erbe officinali, a farla da padrona sono i vitigni autoctoni rimasti in vita grazie al gesto misurato di questi semplici signori della terra che hanno da sempre seguito il metodo naturale. Da loro impareremo tutti i segreti per fare un vino unico, dal gusto salino e dal colore ambrato. Un walking tour per l'isola per ripercorrerne la storia e la recente rinascita.

Date e orario: 24 febbraio 2022, 9.30-13.30 (lezione itinerante)
Durata: 4 ore

3.6
UN VIAGGIO NELL'ENIGMA: IL LABIRINTO DI BORGES IN ISOLA DI SAN GIORGIO

Incastonato nel cuore della **Fondazione Cini**, il **Labirinto di Borges** è un'opera d'arte totale che rimanda al disorientamento del mondo contemporaneo. Ispirato ad una novella dello scrittore argentino e **realizzato nel 2011 con 3200 piante di bosso**, è costellato di simboli che gli rendono omaggio: un bastone, gli specchi, le clessidre, un punto di domanda, il nome della moglie. Nella suggestiva isola si susseguono altri capolavori: il grande **monastero e la Basilica di San Giorgio** col suo **campanile** che offre una visione assoluta su Venezia e la laguna sud.

Date e orario: 8 marzo 2022, 9.30-13.30 (lezione itinerante)
Durata: 4 ore

3.7
LA CHIESA DI SAN MICHELE IN ISOLA E IL COSMOGRAFO DEL DIAVOLO

Uno dei luoghi più suggestivi e segreti di Venezia: l'isola di San Michele, dove oggi si trova il cimitero ma che fino all'800 era il più trendy monastero camaldolese, rifugio dei figli dei patrizi che non ereditavano nulla. Qui disegnava magnifiche carte il più grande cosmografo della Serenissima, Fra Mauro, aiutato semplicemente **da.....Lucifero**. Tra storie di sogni e di interventi soprannaturali, il dipanarsi della costruzione della chiesa progettata dal **volubile e geniale Mauretto Codussi** e dalla sua ciurma di tagliapietre.

Date e orario: 15 marzo 2022, 9.30-12.30 (lezione itinerante)
Durata: 3 ore

3.8
LA RIVA DEGLI SCHIAVONI TRA PRINCIPESSE AUSTRIACHE E DIVE AMERICANE

Dove oggi ormeggiano lussuosi yatch, una volta approdavano tartane dalmate piene di animali vivi, trabaccoli colmi di vini malvasie, olio greco e castradine "sciavone". Ultima opera della Serenissima, completata solo qualche anno prima della caduta, lunga oltre 500 metri e collegata da quattro splendidi ponti in pietra, la Riva era la vera porta d'ingresso della città. Ripercorrendola, sfila davanti a noi la storia gloriosa di Venezia: **i giardini reali** dell'imperatrice Sissi, lo scorcio della **Piazza** e di **Palazzo Ducale con le Prigioni** e il **Ponte dei Sospiri**, l'ineguagliabile albergo **Danieli** frequentato da tutti i divi americani, Jacqueline Kennedy in primis. La splendida passeggiata si snoda attraverso le pericolose avventure vissute dall'esploratore Caboto che qui aveva una casa a forma di nave e si conclude nei **giardini di S. Elena**.

Date e orario: 18 marzo 2022, 9.30-13.30 (lezione itinerante)
Durata: 4 ore

3.9
L'ISOLA DELLE ROSE

La più giovane della Laguna meridionale di Venezia, l'isola delle Rose conosciuta anche come Sacca Sessola è stata realizzata intorno al 1870 con il materiale di scavo del porto commerciale di Santa Marta. Utilizzata come ospedale per le malattie endemiche, era organizzata come una colonia con tanto di edifici per i dirigenti e i dipendenti, la chiesa, il dopolavoro con il cinematografo. Il recente restauro di tutti gli edifici esistenti ma anche la coltivazione di un grande orto e di un antico uliveto ne fanno uno dei luoghi più suggestivi della laguna con una vista impareggiabile sulle Zattere da un lato e sul Lido sull'altro.

Date e orario: 29 marzo 2022, 9.30-13.30 (lezione itinerante)
Durata: 4 ore

Chi è l'esperto?

Storica della gastronomia e autrice di guide di viaggio, ha pubblicato numerosi libri con i più importanti editori italiani: Venezia in cucina e Venezia Quotidiana (Laterza), Cucine mediorientali (Sonda), Venezia Levantina e Bisanzio Costantinopoli Istanbul (Corbo e Fiore), Nel segno del Baccalà e Sua maestà il Maiale (Marsilio), Harem (Arsenale Editrice). Ha fondato il movimento "Cucine Corsare" ed è ideatrice degli Itinerari enogastronomici veneziani "Cotture & Culture".

3.2 FILIERA CORTA E SOSTENIBILITÀ: I PRODOTTI DEL TERRITORIO

3.2.1
Pesci delle valli da pesca e di laguna

Il litorale Cavallino-Caorle e la Laguna di Venezia rappresentano esempi di eccellenza dei prodotti ittici. Essendo uno dei più importanti elementi del settore agroalimentare, con cui viene identificato e riconosciuto il territorio veneziano, l'allevamento e la pesca in questi luoghi sono frutto di una continua ricerca che mette l'innovazione al servizio della tradizione. Si tratta di un elemento di grande attenzione da parte del turismo internazionale ma anche da parte del turismo di prossimità.

CONTENUTI
- La vallicoltura come esempio di integrazione tra ambiente naturale e attività umana
- Capacità di esclusione degli agenti inquinanti provenienti dall'esterno ed esempi di produzione biologica
- Tipologie e caratteristiche dei pesci, molluschi e crostacei di valle
- La pesca in laguna aperta: sostenibilità e conservazione dell'ambiente naturale
- Tipicità dei pesci di laguna
- Stagionalità del prodotto ittico
- **Visita nel luogo di produzione**

Date e orario:
24 marzo 2022, 15.00-17.00 (lezione online) e 25 marzo 2022 10.00-12.00 (visita)
Durata: 4 ore

3.2.2
Cereali e grani storici

I cereali sono alla base della dieta mediterranea per la produzione di pane e pasta e l'entroterra veneziano ben si presta alla loro coltivazione. Grazie al lavoro instancabile di alcuni produttori locali è stato possibile reintrodurre la coltivazione di grani e altri cereali storici, privilegiando produzioni sostenibili e quanto più naturali possibili. Il rispetto per il territorio offre una qualità e una tipicità di prodotto di eccellenza, contribuendo fortemente anche alla salvaguardia paesaggistica delle campagne veneziane costellate da ville antiche e luoghi d'arte.

CONTENUTI
- Cereali moderni e cereali storici: ritorno alle origini
- L'importanza della biodiversità e del recupero delle piante autoctone
- Cereali e grani che si sono adattati spontaneamente al nostro territorio: il valore culturale, storico, paesaggistico e nutrizionale
- L'innovazione a servizio del rispetto dell'ambiente e delle tradizioni: la sfida della coltivazione sostenibile
- La lavorazione del prodotto: chicchi e farine
- La forza delle farine di grani storici nella panificazione
- **Visita nel luogo di produzione**

Date e orario:
04 aprile 2022, 10.00-12.00 (lezione online) + 05 aprile 2022 9.30-12.30 (visita)
Durata: 5 ore

3.2.3
La natura che nutre: viaggio nel territorio tra i colori e i profumi di frutta e ortaggi secondo le stagioni

Il corso propone un bellissimo "viaggio" tra la frutta e gli ortaggi del territorio, raccontandone le tipicità e gli usi e descrivendo i sistemi terra-clima che li sostengono. A questo seguirà una visita a produttori locali con degustazione. Il tutto nella cornice dei profumi e dei colori della primavera.

CONTENUTI
- Illustrazione dei prodotti locali, storia e caratteristiche dei prodotti e i sistemi terra-clima che li sostengono, modalità di produzione
- La lavorazione del prodotto per la cucina e per eventuali altri utilizzi,
- Visita nel luogo di produzione con degustazione

Date e orario:
11 aprile 2022, 10.00-12.00 (lezione online) + 12 aprile 2022 9.30-12.30 (visita)
Durata: 5 ore

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE

SINTONIZZATA - MOTIVANTE - AGILE - RINNOVATA - TRASVERSALE

ORIENTARSI

4

4.1 INBOUND MARKETING: ATTIRARE I CLIENTI ATTRAVERSO LE PAROLE PAG. 44

4.2 MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO PER ORIENTARE LA STRUTTURA RICETTIVA A DIVENTARE WELLNESS PAG. 45

4.3 LE 10 APP PIU' IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITA' DELLA STRUTTURA RICETTIVA IN MODO GRATUITO PAG. 46

4.4 SPECIALIZZAZIONE E TEMATIZZAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA: COME DARE UNA PERSONALITA' DISTINTIVA PAG. 47

4.5 HOTEL MARKETING OVERVIEW: "CARAMELLE" DI MARKETING OPERATIVO POST- PANDEMIA PAG. 48

4.6 GUERRILLA MARKETING: INUSUALITÀ, CREATIVITÀ, SPETTACOLARITÀ NELLA COMUNICAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA PAG. 49

4.1
INBOUND MARKETING: ATTIRARE I CLIENTI ATTRAVERSO LE PAROLE

L'obiettivo del corso - suddiviso in tre incontri - è quello di trovare il cliente ideale e fidelizzarlo per aumentare il fatturato senza costi.

CONTENUTI
Primo incontro
Inbound Marketing - I Fondamentali
L'inbound è un metodo per attrarre, coinvolgere e soddisfare le persone al fine di far crescere la propria azienda, in modo che fornisca valore e crei fiducia. Man mano che la tecnologia cambia, l'inbound guida un'azienda a fare affari in modo umano, utile e centrato sul cliente. Verranno analizzati i comportamenti di acquisto e i fondamenti di un'attività di inbound.

Secondo incontro
Far crescere il proprio business
Indipendentemente dalle dimensioni dell'azienda, condividere con lo Staff agli obiettivi e le visioni crea un senso di responsabilità e una base di trasparenza utile a intraprendere un percorso mirato al raggiungimento dei risultati.

Terzo incontro
Identificare il proprio cliente
Se si vuole che la propria azienda cresca meglio, è necessaria una profonda comprensione del cliente ideale. Il Buyer Persona (cliente tipo) è una rappresentazione semi-fittizia del proprio acquirente ideale basata su dati, interviste e alcune ipotesi plausibili. In questo modo sarà facile per il team ricordare e riconoscere il Cliente Ideale, tenerlo in primo piano e lavorare affinché continui la sua scelta dell'azienda e non si rivolga a competitors.

Date e orario: 07/14/21 marzo 2022, 10.30-12.30
Durata: 6 ore

Chi è l'esperto?

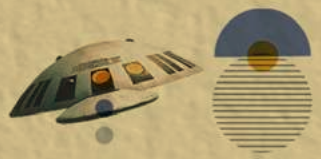
Dopo aver passato oltre 15 anni tra hotel, OTAS e società dì consulenze, accrescendo le proprie competenze nel Revenue e nel Marketing management, oggi il suo scopo è condividere quanto appreso al fine dì aiutare gli albergatori a raggiungere i propri obiettivi.

4.2
MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO PER ORIENTARE LA STRUTTURA RICETTIVA A DIVENTARE WELLNESS

Obiettivo del seminario è insegnare la metodologia per disegnare e sviluppare concretamente un progetto di marketing strategico e operativo per valorizzare l'offerta wellness dell'hotel, trasformando il centro benessere da centro di costo a centro di profitto.

CONTENUTI
- Le tendenze internazionali della domanda di wellness e benessere
- La raccolta di informazioni sul contesto competitivo di riferimento ed individuazione dei concorrenti diretti
- La definizione del posizionamento di mercato dell'offerta wellness attraverso l'analisi SWOT
- La definizione degli obiettivi di performance strategici e operativi e lo sviluppo del prodotto wellness
- La definizione di proposte wellness All-Inclusive
- Le strategie e le tecniche di promozione on-line e off-line e le tecniche di commercializzazione diretta e intermediata
- Analisi di casi studio da usare come parametri di benchmarking

Date e orario: 28/29 marzo 2022, 9.00-13.00
Durata: 8 ore



4.3
LE 10 APP PIU' IMPORTANTI PER MIGLIORARE LA PRODUTTIVITA' DELLA STRUTTURA RICETTIVA IN MODO GRATUITO

Obiettivo del corso di formazione è quello di suggerire ai partecipanti l'utilizzo di 10 App gratuite che consentono loro di aumentare la produttività del lavoro in albergo, sia dal punto di vista della gestione che della comunicazione, illustrandone i vantaggi e il loro utilizzo.

CONTENUTI
- *Trello*: un valido aiuto per organizzare e gestire efficacemente il lavoro dei collaboratori dell'albergo
- *Asana*: simile a Trello ma con funzonalità più avanzate, è una piattaforma che permette di gestire al meglio il lavoro con del team, senza bisogno di usare le email
- *Ludicpress*: permette la creazione di materiale promozionale attraente on-line e off-line per comunicare efficacemente l'offerta dell'albergo
- *Google Trends:* analizza le tendenze delle ricerche di parole chiave su Google, ed è molto utile per scrivere contenuti efficaci sul sito web dell'albergo
- *UberSuggest:* analizza la "forza" una specifica paraola chiave e suggerisce parole chiave correlate per posizionare correttamente i contenuti del sito web dell'albergo su Google
- *QR Code Generator:* crea e gestisce i codici QR per creare digitel menu e altri strumenti di comunicazione on-line e off-line dell'albergo
- *Google Drive:* una suite completa e accessibile "in the cloud" composta da strumenti office (elaboratore testi tipo Word, foglio di calcolo tipo Excel, presentazioni tipo Power Point)
- *Snapseed:* è una delle app più complete per modificare in modo sofisticato le fotografie da utilizzare per i post sui profili social dell'albergo, in particolare su Facebook e Instagram
- *Evernote:* una suite di strumenti che permette di organizzare documenti, prendere appunti, gestirli in maniera integrata su più dispositivi, creare liste di cose da fare e tanto altro ancora
- *Postpickr:* consente di gestire contemporaneamente la pubblicazione dei contenuti sui diversi profili social dell'albergo.

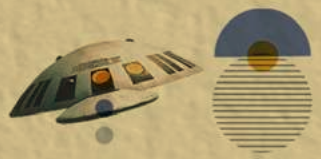
Date e orario: 08/09 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore

4.4
SPECIALIZZAZIONE E TEMATIZZAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA: COME DARE UNA PERSONALITA' DISTINTIVA

L'obiettivo principale del corso di formazione "Specializzazione e tematizzazione alberghiera: come dare personalità distintiva all'albergo" è quello di sensibilizzare i partecipanti sulla necessità di raggiungere o mantenere uno specifico posizionamento di mercato della struttura attraverso lo sviluppo di servizi personalizzati alle specifiche motivazioni dei segmenti di mercato individuati come potenzialmente interessanti e contemporaneamente imparare a sviluppare un'immagine distintiva dell'albergo attraverso la scelta di una soluzione tematica da declinare attraverso la scelta degli allestimenti delle camere e degli spazi comuni.

CONTENUTI
- Il concetto di specializzazione applicato al settore alberghiero
- La tematizzazione: dare una personalità specifica alla struttura
- L'analisi delle potenzialità dell'albergo e delle opportunità offerte dal territorio
- Lo studio delle tendenze della domanda turistica per individuare i segmenti di mercato
- Lo sviluppo di servizi specifici coerenti con le motivazioni dei target più interessanti
- L'All-inclusive applicato alle scelte di specializzazione e di tematizzazione
- Comunicare efficacemente il posizionamento di mercato dell'albergo online e off-line
- Esercitazioni pratiche basate sulle caratteristiche delle strutture partecipanti
- Case history ed esempi dall'Italia e dal mondo

Date e orario: 02/03 marzo 2022, 9.30-12.30
Durata: 6 ore



4.5
HOTEL MARKETING OVERVIEW: "CARAMELLE" DI MARKETING OPERATIVO POST- PANDEMIA

L'obiettivo principale del corso "Hotel Marketing Overview: caramelle di marketing operativo" è quello di fornire ai partecipanti utili suggerimenti di marketing da applicare immediatamente e concretamente nello sviluppo delle diverse aree dell'attività alberghiera per renderla più efficiente, innovativa e creativa. A partire dall'analisi di case history di successo dall'Italia e dal mondo i partecipanti imparano a contestualizzare ogni suggerimento di marketing alle caratteristiche specifiche della loro struttura, in modo tale da poterlo applicare immediatamente con successo.

CONTENUTI
- Spunti per migliorare l'organizzazione dell'albergo
- Idee di marketing per rendere più efficiente la gestione
- Suggerimenti per motivare lo staff rendendolo più efficiente
- Idee di marketing per specializzare e tematizzare l'hotel
- Trucchi per comunicare più efficacemente con il sito e attraverso i social
- Suggerimenti di marketing da applicare all'offerta food & beverage
- Consigli per gestire correttamente i reclami e le lamentele in albergo e online
- Suggerimenti di marketing per commercializzare efficacemente l'albergo

Data e orario: 18 febbraio 2022, 9.00-13.00
Durata: 4 ore

4.6
GUERRILLA MARKETING: INUSUALITÀ, CREATIVITÀ, SPETTACOLARITÀ NELLA COMUNICAZIONE ALBERGHIERA ED EXTRA ALBERGHIERA

Obiettivo del seminario è quello di guidare i partecipanti alla comprensione degli elementi e delle dinamiche chiave del Guerrilla Marketing (marketing non convenzionale).
Il Guerrilla Marketing è una forma di promozione pubblicitaria a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti aggressivi, che fanno leva sull'immaginario e sui meccanismi psicologici degli utenti finali. Durante il percorso formativo si insegnerà ai partecipanti a pianificare, definire e gestire con successo ed in piena autonomia le strategie promozionali basandosi appunto sugli elementi distintivi del Guerrilla Marketing: innovazione, inusualità, spettacolarizzazione ed incisività. Verranno presentati diversi case history di successo di strategie promozionali sviluppate da realtà del settore turistico-alberghiero e si daranno suggerimenti concreti su come creare campagne personalizzate.

CONTENUTI
- Gli elementi distintivi del Guerrilla Marketing: creatività, inusualità, innovazione e aggressività;
- Guerrilla Marketing e promozione turistica: i punti di forza;
- Pianificare una efficace strategia di marketing non convenzionale: obbiettivi, tempistica e costi;
- Le azioni tipiche del Guerrilla Marketing (ambient Marketing, Flash Mobs, Viral Marketing e Buzz Marketing): caratteristiche ed efficacia;
- Misurare i risultati delle azioni di Guerrilla Marketing;
- Marketing non convenzionale ed effetti virale attraverso i social media;
- Comunicazione non convenzionale e gestione della reputaizone on-line;
- Guerrilla Marketing e comunicazione mobile: un felice matrimonio;
- Case history nel settore turistico dall'Italia e dal mondo;
- Consigli e suggerimenti pratici per costruire una efficace campagna di Guerrilla Marketing.

Date e orario: 25 febbraio 2022, 9.30-12.30
Durata: 3 ore

Chi è l'esperto?

Lavora da quasi 20 anni come consulente indipendente per il settore turistico e alberghiero con clienti in Italia, Spagna e in diversi paesi del Latinoamerica. È specializzato nello sviluppo di progetti di marketing strategico per destinazioni turistiche e strutture alberghiere e svolge l'attività di docente in corsi di formazione professionale per proprietari, manager e dipendenti di aziende turistiche. Inoltre lavora come docente a contratto per diverse università italiane e straniere, tra le quali la Universitat de Barcelona e partecipa come speaker invitato in conferenze e convegni nazionali e internazionali.

Modalità di iscrizione

Le iscrizioni ai corsi smart.Ebt saranno aperte a partire dalle ore 9.00 del 2 febbraio 2022

Possono iscriversi ai corsi EBT tutti i dipendenti – fissi e stagionali – che hanno in busta paga la trattenuta a favore dell'Ente Bilaterale Turismo della provincia di Venezia e tutti i datori di lavoro che versano i contributi per i propri dipendenti.

Le iscrizioni ai corsi decorreranno dalle **ore 9.00 del giorno di apertura** e si susseguiranno in ordine cronologico crescente fino ad esaurimento dei posti disponibili. Le iscrizioni pervenute prima dell'apertura non saranno ritenute valide.

Ciascun associato potrà iscriversi ad un massimo di **4 corsi**. Superato il numero massimo dei posti disponibili per ogni corso, gli iscritti in lista d'attesa **potranno partecipare ai corsi online in qualità di UDITORI.**

È prevista anche la possibilità di richiedere l'iscrizione a ulteriori **6 corsi**, con le stesse modalità sopraccitate.

MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DEI CORSI
I corsi si svolgeranno in modalità **online** in diretta su piattaforma Meet.

Per quanto riguarda le lezioni itineranti e i corsi che prevedono visite sul territorio, i partecipanti dovranno raggiungere il luogo previsto con mezzi propri.

Per partecipare è necessario avere un **indirizzo e-mail**, che il corsista indicherà nella scheda di iscrizione e al quale verranno inviate tutte le comunicazioni relative al corso: conferma di iscrizione, link e modalità di accesso, attestato di frequenza.

Ogni corsista sarà contattato da EBT via email qualche giorno prima dell'avvio del corso per richiedere conferma di partecipazione. **Se il corsista non confermerà la sua partecipazione, non potrà accedere alla lezione online.**

In caso di impossibilità a partecipare, è necessario avvisare EBT almeno tre giorni lavorativi prima di inizio corso.

L'invito a partecipare al corso online è strettamente personale e non condivisibile. Durante il corso verranno verificati il registro degli iscritti e la relativa frequenza ai fini del rilascio dell'attestato.

smart.EBT

PER UNA FORMAZIONE
SINTONIZZATA - **M**OTIVANTE - **A**GILE - **R**INNOVATA - **T**RASVERSALE

Per effettuare l'iscrizione:

1

COMPILA IL MODULO D'**ISCRIZIONE ONLINE** NEL SITO **www.ebt.ve.it**
(opzione preferibile)

2

OPPURE SCARICA IL MODULO,
COMPILALO E INVIALO FIRMATO VIA EMAIL ALL'INDIRIZZO **formazione@ebt.ve.it**

Concept e illustrazioni:
GiulioSoravia Studio

Ente Bilaterale Turismo
della provincia di Venezia

Ente Bilaterale Turismo della Provincia di Venezia

c/o VEGA Parco Scientifico e Tecnologico
Via delle Industrie 19/c/23
30175 Venezia Marghera
tel. 041 5093133 – 3037 – 3041 - 3034 Fax 041 5093085
e-mail: info@ebt.ve.it

Viale Ancona 9
30172 Venezia Mestre
tel. 041 5321253 Fax 041 5314723
e-mail: info@ebtprovinciavenezia.it

www.ebt.ve.it

ebt.ve